



*Курс: «Медиапланирование»*

# ПОНЯТИЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ



*Шариков Александр  
Вячеславович,  
профессор НИУ «Высшая  
школа экономики»*

## **Слово «медиапланирование» понимается по-разному:**

- Составление плана размещения некоторого контента в конкретных СМК (простое медиапланирование).**
- Технологический процесс, обеспечивающий эффективность коммуникаций через СМК (эффективное медиапланирование).**
- Вид коммуникационной деятельности, связанной с СМК.**

# Курьер

РЕКЛАМНО – ИНФОРМАЦИОННАЯ ГАЗЕТА  
СЕВАСТОПОЛЬ ТИРАЖ 124 000

ЧП "ИД "Адмирал"  
ул. Ада Октябрьского, 3  
Редакционный отдел: 54 22 34  
Служба доставки: 93 20 80  
Принем объявлений: 54 10 39  
065 590 54 39

Выходит с понедельника  
Доставляется бесплатно  
по почтовым ящикам и офисам  
Севастополя (включая субботу)  
Мулдрывагма: 100/10000000  
E-mail: info@kurier.ru

Объемная графика: в будни с 8.00–12.00 (включая выходные) – 3.00–12.00

01.02.2014, № 1689

# Простое медиапланирование

**ОКНА** РОЛЕТЫ РЕШЕТКИ БАЛКОНЫ  
производителя **НИЗКИЕ ЦЕНЫ!**  
Гарантия 7 лет  
какая сетка в подарок 095-327-07-37

**ОКНА** РЕШЕТКИ БАЛКОНЫ  
300 КАРТ  
94-96-59  
095-327-07-37

**ОКНА** РОЛЕТЫ ЖАЛЮЗИ  
МАРКИЗЫ ВОРОТА  
ул. Прокопенко, 56, телеф (0092) 545353, 540413, 934535  
e-mail: kavco@mail.ru Мобильный офис: 050 324 81 39

**ОКНА** решетки сварка  
за 3 дня  
4-ABORIT.COM-UKR  
ул. Дня Тельтова, 16а  
(095) 334-02-51  
ул. Писарова, 25а  
(0982) 94-81-41

**ОКНА** ПО-НЕМЕЦКИ!  
КАЧЕСТВО НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ДОРОГОМ!  
**ПРАКТИЧЕСКИ ДАРОМ!**  
Рассрочка до 6 месяцев  
Белоглава  
т. 94-85-74  
Искраман  
т. 94-87-10  
Северная  
т. 94-39-55  
Березова, 5 (ИТД)  
т. 94-34-80  
ул. Победы, 305  
т. 94-29-20  
мобильный офис  
095 498 55 03

**КРЕДИТЫ** НАЛИЧНЫМИ  
info center  
0-800-80-30-79  
www.creditcenter.com.ua

**TRAINWAY**  
КАЧЕСТВЕННЫЕ ЛЕСТОСЫ

**RENOBOARD**

# Простое медиапланирование

## Условия:

- *Низкий уровень информационно-коммуникационной инфраструктуры*
- *Небольшие бюджеты для информационных кампаний*
- *Отсутствие измерений аудитории*

## Это:

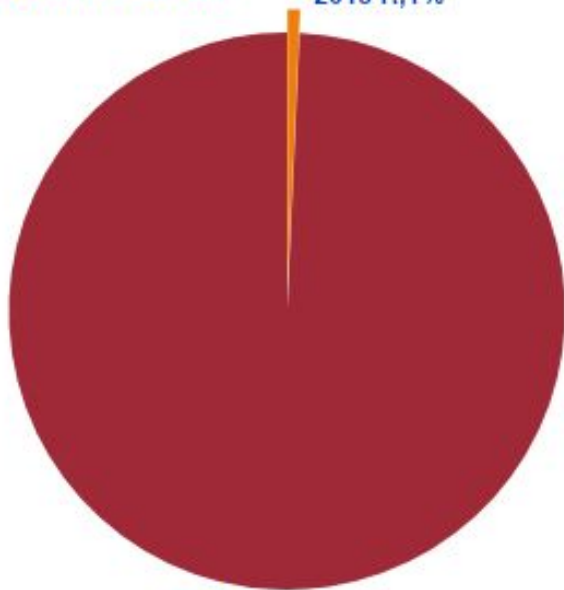
- *региональный или локальный уровень*
- *заказчик – небольшие компании (малый и средний бизнес)*



## Простое медиапланирование – самый распространенный вид медиапланирования в российских регионах, на местах

ок. 35 тыс. организаций

К-во  
рекламодателей,  
измеряем  
ых ТНС в  
2013 г., 1%



К-во  
предприятий,  
не  
измеряем  
ых ТНС в

ок. 5 млн. организаций



# Алгоритм простого медиапланирования

- 1. Предполагается, что поставлена цель некоторой информационной кампании в СМК (рекламной, PR, политтехнологической и др.). Определяются сроки и география кампании. Выделяется бюджет.*
- 2. Принимается решение о том, какого вида СМК будут использованы в качестве носителей контента. Для каждого вида СМК изготавливается специальная медиапродукция.*
- 3. Выбираются конкретные СМК. Изучаются расценки на размещение медиапродукции с учетом скидок и наценок.*
- 4. Составляется медиаплан, где детально расписывается место и время размещения каждой единицы контента для каждого СМК с указанием стоимости.*

## Ресурсы простого медиапланирования

- 1. Бюджет информационной кампании.*
- 2. Размещаемая медиапродукция, ее параметры (размеры, хронометраж и др.).*
- 3. Временные и географические границы планируемой кампании.*
- 4. Список СМК, из которых выбираются носители для размещения медиапродукции. Информация о них.*
- 5. Прайс-листы для каждого СМК с указанием скидок и наценок.*

# Контроль простого медиапланирования

1. *Контроль качества медиапродукции.*
2. *Контроль выполнения бюджета.*
3. *Контроль выхода медиапродукции – сроки по каждому СМК.*





# Субъекты простого медиапланирования

1. Организации-заказчики
2. Средства массовой коммуникации (отделы рекламы или маркетинга)
3. Рекламные/коммуникационные агентства



## Пример простого рекламного медиаплана в прессе

№	Наименование издания	Место размещения	Дни выхода	Даты выходов	кол-во выходов	оригинал-макет		срок и время подачи	Цена за 1 см.кв. (руб) с НДС	Стоимость 1 выхода	Стоимость выходов	Скидка %	Стоимость со скидкой	справочно
	исполнитель; т/ф					размер X/Y	см.кв.							стоимость 1 выхода со скидкой
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Журнал ЭФУ	полоса	среда	24.04; 08.05;	3	26,5*3	79,5	чт. 18	3 935	312 833	938 498	35	610 023	203 341
итого по изданию											<b>938 498</b>	<b>610 023</b>		
2	БДГ	1-я полоса	ворник	23.04; 30.04; 07.05;	4	8,4*7,2	60,48		6 600	399 168	1 596 672	30	1 117 670	279 418
		1-я полоса	четверг	25.04; 16.05;	3	8,4*7,2	60,48		4 800	290 304	870 912	30	609 638	203 213
итого по изданию											<b>2 467 584</b>	<b>1 727 309</b>		
3	Известия	внутри	вт	16.04; 23.04; 30.04;	6	9,1*6	54,6		400	21 840	131 040	30	91 728	15 288
		внутри	среда	17.04; 8.05;	4	9,1*6	54,6		400	21 840	87 360	30	61 152	15 288
		внутри	четверг	25.04; 2.05;	4	9,1*6	54,6		400	21 840	87 360	30	61 152	15 288
		TV-полоса	пятница	19.04; 26.04; 3.05;.	7	9,1*6	54,6		600	32 760	229 320	30	160 524	22 932
итого по изданию											<b>535 080</b>	<b>374 556</b>		
Всего											<b>3 941 162</b>	<b>2 711 888</b>	X	

## Прайс-лист газеты «Метро. Санкт-Петербург»

Рекламный формат	Вар.1 , мм	Вар.2, мм	Вар.3, мм	Площадь, кв. см	Цена, руб.
1/60	41X33			13,53	9322
2/60	41X69	85,5X33		28,29	18644
3/60	41X105	130X33		43,05	27966
4/60	85,5X69			58,99	37288
6/60	85,5X105	130X69		89,78	55932
8/60	85,5X140,5	174,5X69		120,13	74576
9/60	130X105			136,50	83898
10/60	85,5X176,5			150,91	93220
12/60	263X69	130X140,5	174,5X105	181,47	111864
15/60	130X176,5			229,45	139830
16/60		174,5X140,5		242,82	149152
18/60	130X212,5	263X105		276,25	167796
20/60	174,5X176,5			307,99	186440
24/60		174,5X212,5	263X140,5	369,20	223728
30/60	130X356	218,5X212,5	263X176,5	462,80	279660
60/60	263X356			936,28	559320

## Пример простого рекламного медиаплана на радио

Радиостанция	Дата	Время	Место в блоке	кол-во выходов	хронометраж, (сек.)	Стоимость 1 выхода, (руб.)	Скидка, (%)	Стоимость со скидкой (руб.)
Питер FM	01.фев	7:13	2	1	30	3068	15	2607,80
	01.фев	10:13	2	1	30	2832	15	2407,20
	01.фев	13:13	2	1	30	2832	15	2407,20
	08.фев	7:13	2	1	30	3068	15	2607,80
	08.фев	10:13	2	1	30	2832	15	2407,20
	08.фев	13:13	2	1	30	2832	15	2407,20
<b>Итого по станции</b>				<b>6</b>	<b>180</b>			<b>14844,40</b>
Монте-Карло	04.фев	7:28	2	1	15	6585	30	4609,50
	04.фев	10:28	2	1	15	7682	30	5377,40
	04.фев	13:28	2	1	15	6950	30	4865,00
	11.фев	7:28	2	1	15	6585	30	4609,50
	11.фев	10:28	2	1	15	7682	30	5377,40
	11.фев	13:28	2	1	15	6950	30	4865,00
<b>Итого по станции</b>				<b>6</b>	<b>90</b>			<b>29703,80</b>
<b>ВСЕГО</b>				<b>12</b>	<b>270</b>			<b>44548,20</b>

## Прайс-лист радио «Питер FM», Санкт-Петербург

Время	Стоимость, руб.	
	Будние дни	Выходные дни
	до 30 сек.	до 30 сек.
6:00 - 7:00	2478	2478
7:00 - 10:00	3068	3068
10:00 - 16:00	2832	2832
16:00 - 20:00	3068	3068
20:00 - 22:00	2478	2478
22:00 - 01:00	1770	1770
01:00 - 06:00	944	944

Цены указаны в рублях, НДС не облагается.

### Наценки/скидки:

Сезонная скидка январь-февраль; июль-август - 15%

Сезонная наценка ноябрь-декабрь - 20%

Наценка за первое место в блоке - 20%



## **Прайс-лист телеканала РБК в Санкт-Петербурге**

<b>тайм-слоты</b>	<b>все дни, руб</b>
07:00 -18:00	6000
18:00 -24:00	12000
00:00 - 07:00	6000

Цены указаны в рублях, НДС не облагается. Цена за 30 сек.  
Размещение в указанном тайм-слоте без гарантии выбора блока.

## ***Прайс-лист размещения рекламы на Яндексе***

Минимальная стоимость заказа 21 000 руб. с НДС.

CPM – стоимость за 1000 показов.

Геотаргетинг ведется по субъектам и городам Российской Федерации.

Сезонный коэффициент для всех услуг Яндекса, связанных с размещением рекламных материалов в сети Интернет на 2015 год:

<b>Месяц</b>	<b>Кэф-нт</b>	<b>Месяц</b>	<b>Кэф-нт</b>	<b>Месяц</b>	<b>Кэф-нт</b>	<b>Месяц</b>	<b>Кэф-нт</b>
январь	0,6	апрель	1	июль	1	октябрь	1,3
февраль	0,7	май	1	август	1	ноябрь	1,3
март	1	июнь	1	сентябрь	1,3	декабрь	1,3

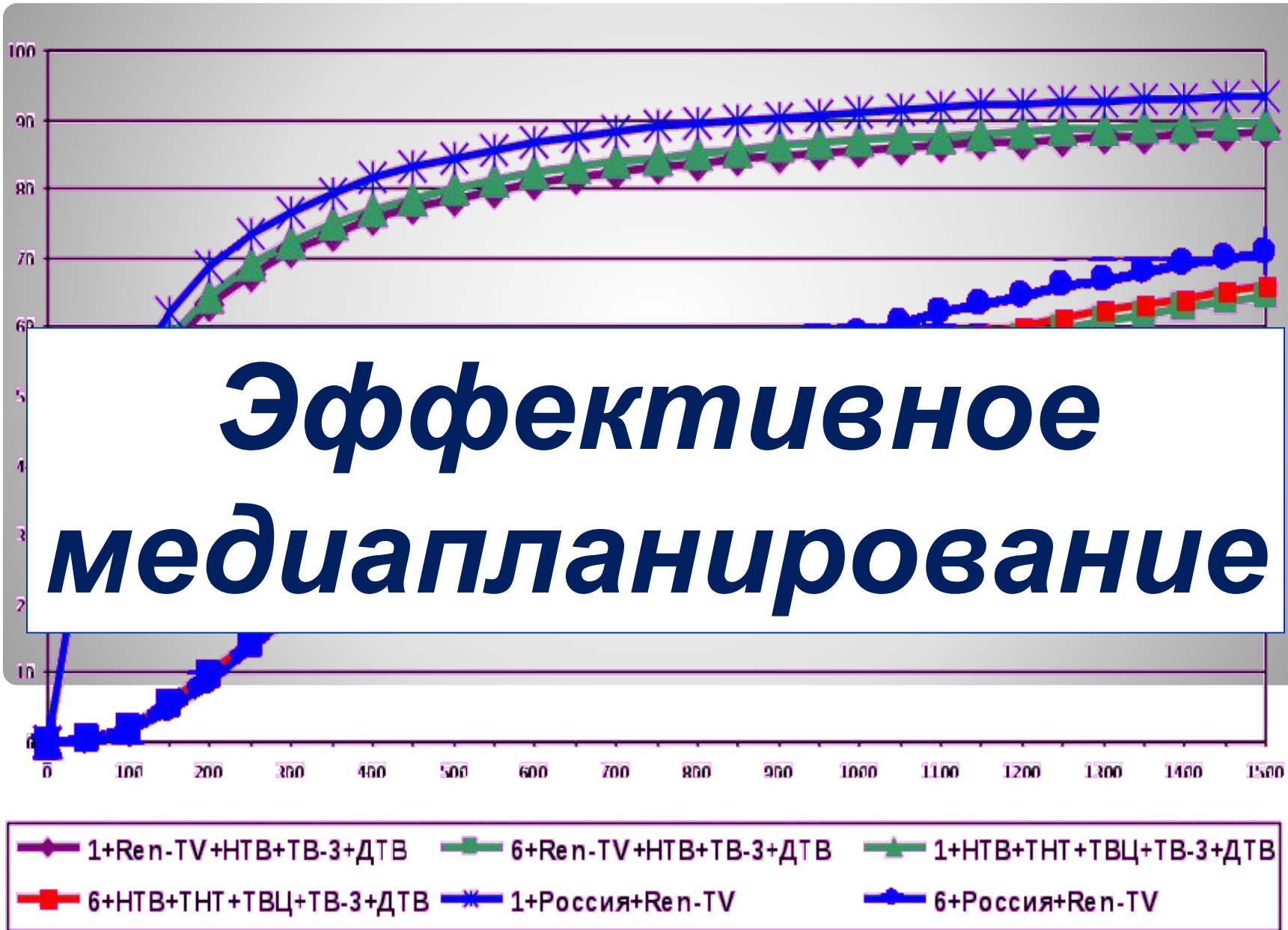
# **Ограниченность простого медиапланирования**

**Нет гарантии достижения цели информационной кампании.**

**Даже сравнительно большие бюджеты могут оказаться затраченными неэффективно.**

**При увеличении бюджета возникает более жесткая необходимость контроля за эффективностью расходования средств.**

**Так возникает потребность в эффективном технологическом медиапланировании**



## Эффективное медиапланирование -

***Это технологический процесс размещения информационной продукции, обеспечивающий эффективность коммуникаций с помощью средств массовой коммуникации.***



# Эффективное медиапланирование

## Условия:

- **Достаточно высокий уровень развития информационно-коммуникационной инфраструктуры**
- **Достаточно большие бюджеты, выделяемые на информационные кампании**
- **Наличие непрерывной системы измерения аудитории каждого вида СМК**

## **Это:**

- **федеральный либо региональный уровень (богатые регионы)**
- **заказчик – крупные компании**

**С какой величины бюджета, выделяемого на интегрированные коммуникации, открывается возможность эффективного медиапланирования?**

**Ответ: в России от 10 млн. руб. в год**

**Такой бюджет могут себе позволить организации, имеющие доход от 1 млрд. руб. в год**



**МЕГАФОН**



**ТРИКОЛОРТВ**



**СБЕРБАНК РОССИИ**

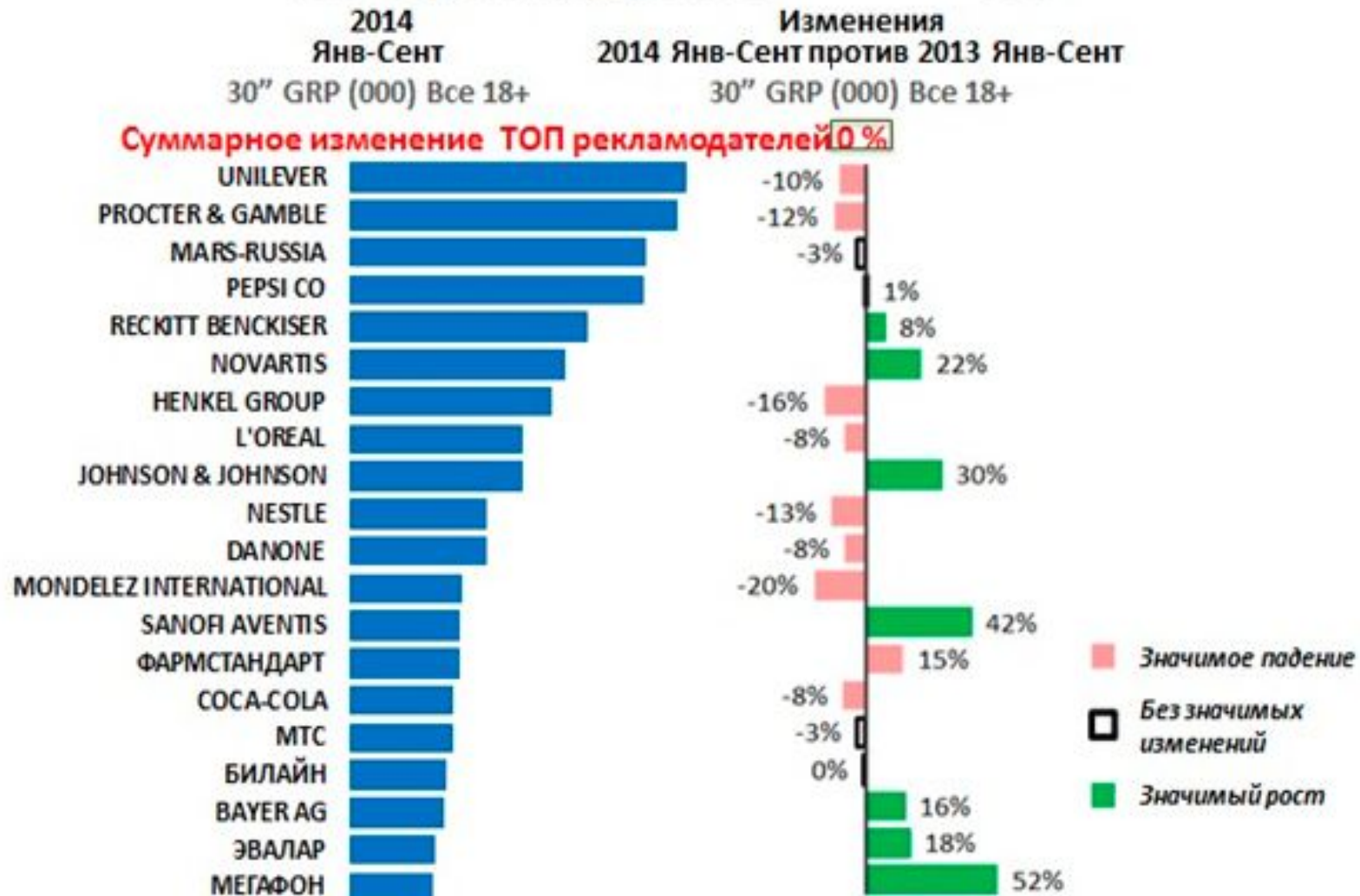


## Количество рекламодателей и брендов, рекламировавшихся на телеканалах России в январе-сентябре 2014 г.



Оценка агентства «Initiative» на основе данных ТНС

# Крупнейшие рекламодатели на телеканалах России в январе-сентябре 2014 г.



Оценка агентства «Initiative» на основе данных ТНС

## ***Крупнейшие мировые рекламодатели в 2012 г.***

	<b>Общий рекламный бюджет, млрд. долл.США</b>
<b>Procter&amp;Gamble</b>	<b>10,815</b>
<b>Unilever</b>	<b>7,413</b>
<b>L'Oreal</b>	<b>5,643</b>
<b>Toyota Motors Corp.</b>	<b>3,310</b>
<b>General Motors Co</b>	<b>3,208</b>
<b>Coca Cola Co</b>	<b>3,029</b>
<b>Nestle</b>	<b>2,987</b>
<b>Volkswagen</b>	<b>2,971</b>
<b>McDonald's Corp.</b>	<b>2,683</b>
<b>Pepsi Co</b>	<b>2,430</b>

***Источник: Advertising Age, 2014***



## ***Затраты на рекламу среди крупнейших отечественных рекламодателей в 2013 г., млн.руб.***

№	Рекламодатель	ТВ	Радио	Пресса	Наружная реклама	Интернет	Сумма
1	МТС	3202,97	120,12	51,05	747,67	318,28	4440,09
2	БИЛАЙН	2662,27	56,79	12,64	560,25	202,43	3494,38
3	МЕГАФОН	1752,46	121,62	22,3	615,75	561,05	3073,18
4	ФАРМСТАНДАРТ	2508,16	323,76	47,62	-	10,78	2890,32
5	ЭВАЛАР	1763,28	42,61	692,17	-	1,61	2499,67
6	СБЕРБАНК РОССИИ	1134,82	110,33	249,58	481,05	253,67	2229,45
7	СПОРТМАСТЕР	1254,22	115	45,71	474,43	65	1954,36
8	ВТБ	1070,04	54,56	85,86	443,2	48,96	1702,62
9	ТРИКОЛОР ТВ	1109,11	345,64	76,04	79,05	7,95	1617,79
10	РОСТЕЛЕКОМ	1147,42	90,64	15,45	240,4	25,45	1519,36

***Источник: AdIndex.ru***

# Информационно-коммуникационная инфраструктура: СМК



Газеты



Радио



Журналы



Телевидение

Интернет

## В Российской Федерации на 1 января 2015 года было зарегистрировано ок. 86 тыс. СМИ



**Источник: Роскомнадзор**





# *Масштабы российского Интернета*



*На 11 января 2016 г.  
в России  
зарегистрировано  
ок. **6,1 млн.** доменов  
второго уровня:*

**.RU – ок. 5,1 млн.**  
**.РФ – ок. 0,9 млн.**  
**.SU – св. 0,1 млн.**

*Источник: [StatDom.ru](http://StatDom.ru)*



# **Информационно-коммуникационная инфраструктура: официальная статистика**

- 1. Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат)**
- 2. Официальная (правительственная) отраслевая статистика**
- 3. Отраслевая статистика общественных организаций**

# **Информационно-коммуникационная инфраструктура: результаты исследований**

- 1. Постоянно действующие проекты исследовательских компаний**
- 2. Синдикативные исследования на регулярной основе**
- 3. Разовые (ad hoc) исследования по заказу отдельных компаний**